



IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

912 ocen

Storytelling w Biznesie: Skuteczna Komunikacja Wartości Twojej Marki - szkolenie

Numer usługi 2025/07/03/156609/2855227

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 22 h

📅 22.10.2025 do 23.10.2025

4 900,00 PLN brutto

4 900,00 PLN netto

222,73 PLN brutto/h

222,73 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do:

1. **Przedsiębiorców i właścicieli firm** – osób chcących lepiej komunikować wartości i misję swojej marki, budować więź z klientami oraz wyróżniać się na konkurencyjnym rynku.
2. **Specjalistów ds. marketingu i PR** – pracowników odpowiedzialnych za tworzenie treści promocyjnych, kampanii reklamowych i wizerunku firmy, którzy pragną podnieść efektywność komunikacji poprzez wykorzystanie storytellingu.
3. **Osób zarządzających markami osobistymi** – freelancerów, ekspertów, którzy chcą wzmocnić swoją pozycję na rynku i przyciągać klientów dzięki autentycznym i angażującym historiom.
4. **Kierowników zespołów sprzedażowych i obsługi klienta** – osób, które chcą lepiej angażować klientów, budować relacje oparte na emocjach i efektywnie prezentować produkty lub usługi.
5. **Każdego, kto chce poprawić umiejętność opowiadania historii w kontekście biznesowym** – osób zainteresowanych zwiększeniem swojej skuteczności w komunikacji biznesowej i lepszym wywieraniem wpływu na odbiorców.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

21-10-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia "Storytelling w Biznesie: Skuteczna Komunikacja Wartości Twojej Marki - szkolenie" jest przygotowanie uczestników do samodzielnego tworzenia i wykorzystywania storytellingu w komunikacji biznesowej, aby efektywnie prezentować wartości, misję oraz ofertę swojej marki. Uczestnicy nauczą się budować przekazy, które angażują emocjonalnie, wzmacniają więź z odbiorcami i zwiększają skuteczność działań marketingowych oraz sprzedażowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą z zakresu storytellingu w social mediach	omawia rolę storytellingu w marketingu społecznościowym	Test teoretyczny
	definiuje misję, wizję i kluczowe wartości marki	Test teoretyczny
	charakteryzuje techniki storytellingowe w różnych typach treści, takich jak posty, reels, stories, live'y czy testimoniali	Test teoretyczny
	definiuje podstawy storytellingu w mediach społecznościowych	Test teoretyczny
	omawia zasady zastosowania zaawansowanych technik storytellingowych	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posługuję się wiedzą z zakresu opracowania treści storytellingowych	omawia zasady tworzenia angażujących treści	Test teoretyczny
	charakteryzuje zasady personalizacji treści storytellingowych do różnych grup odbiorców	Test teoretyczny
	omawia typy historii oraz dostosowania ich do różnych formatów treści	Test teoretyczny
	omawia wizualne elementy wspierające narrację	Test teoretyczny
	charakteryzuje narzędzia i materiały do wdrożenia storytellingu w strategii marketingowej swojej marki.	Test teoretyczny
Opracowuje treści storytellingowe	tworzy wiralowe historie zwiększające zasięg i zaangażowanie	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	personalizuje treści storytellingowe do różnych grup odbiorców	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Projektuje wizualne treści wspierające narrację marki	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	dostosowuje narrację do specyfiki platform oraz grup odbiorców.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Opracowuje szkic narracji angażującej odbiorców	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Kreuje angażujące historie	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Dobiera odpowiednie formaty treści do stylu i wartości marki	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Optymalizuje ton i narrację w zależności od osoby klienta i specyfiki platformy	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Buduje własną kampanię storytellingową	wykorzystuje rozwiązania i narzędzia do przygotowania kompletnej strategii storytellingowej marki	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Stosuje techniki storytellingowe w różnych typach treści, takich jak posty, reels, stories, live'y czy testimonials.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Opracowuje kompletną historię marki, która będzie spójna z jej wartościami i celami biznesowymi	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	analizuje i wyciąga wnioski z udanych kampanii storytellingowych	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Budowanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych	Rozpoznaje kluczowe cechy wyróżniające najlepsze historie w social mediach i stosuje je w swojej strategii.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Rozwiązuje problemy i podejmuje decyzje w kontekście tworzenia kampanii w internecie	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	stosuje zasady komunikacji interpersonalnej w mediach społecznościowych	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Celem szkolenia jest wyposażenie uczestników w praktyczne umiejętności tworzenia i wykorzystywania storytellingu w komunikacji biznesowej.

Szkolenie przygotowuje do:

1. **Tworzenia autentycznych i angażujących historii** – umiejętności budowania opowieści, które wzmacniają wizerunek marki i budują zaufanie klientów.
2. **Skutecznego komunikowania wartości marki** – przedstawiania misji, wizji i przewag konkurencyjnych firmy w sposób, który przyciąga uwagę i zapada w pamięć odbiorców.
3. **Zastosowania storytellingu w różnych obszarach biznesowych** – takich jak marketing, PR, sprzedaż, obsługa klienta czy komunikacja wewnętrzna.
4. **Budowania relacji z odbiorcami poprzez emocje** – wykorzystywania elementów narracyjnych, które tworzą silne połączenie z klientami i partnerami biznesowymi.
5. **Wyróżniania marki na tle konkurencji** – wykorzystania storytellingu do podkreślenia unikalności produktów, usług i wartości oferowanych przez firmę.
6. **Efektywnego prezentowania idei i projektów** – umiejętności przekonywania i angażowania odbiorców podczas spotkań, prezentacji czy pitchów sprzedażowych.

Uczestnicy po ukończeniu szkolenia będą przygotowani do zastosowania storytellingu w praktyce, zarówno w komunikacji zewnętrznej (reklamy, kampanie marketingowe, social media), jak i wewnętrznej (motywacja zespołu, budowanie kultury organizacyjnej). Dzięki zdobytej wiedzy i umiejętnościom będą mogli skuteczniej rozwijać swoje marki i wzmacniać ich pozycję na rynku.

Usługa przeplatana jest zajęciami praktycznymi w celu lepszego przyswojenia wiedzy i umiejętności uczestników.

Dzień 1: Wprowadzenie do storytellingu w social mediach

Powitanie i wprowadzenie (teoria 15min)

- Przedstawienie celu i planu szkolenia.
- Dlaczego storytelling jest kluczowy w marketingu social media?

Co to jest storytelling w social mediach? (teoria 1h dydaktyczna, praktyka 1h dydaktyczna)

- Wprowadzenie do storytellingu: jak działa na odbiorców w przestrzeni cyfrowej?
- Psychologia odbiorców w social mediach: emocje, uwaga, zaangażowanie.
- Przykłady marek, które dzięki storytellingowi zwiększyły swoją obecność online.
- **Ćwiczenie:** Analiza storytellingu na Instagramie – co działa, a co nie?

Wartości marki jako fundament storytellingu (teoria 1h dydaktyczna, praktyka 1h dydaktyczna)

- Definiowanie misji, wizji i wartości marki – w kontekście ich widoczności w mediach społecznościowych.
- Jak wartości przekładają się na język i treść postów?
- **Warsztat:** Uczestnicy określają kluczowe wartości swojej marki i tworzą pierwszy szkic narracji.

Jak opowiedzieć historię, która angażuje? (teoria 1h dydaktyczna, praktyka 1h dydaktyczna)

- Kluczowe elementy historii: bohater, konflikt, rozwiązanie, przesłanie.
- Autentyczność i realność jako fundament historii w social mediach.
- **Warsztat praktyczny:** Tworzenie szkicu storytellingowego posta na Instagram lub Facebook.

Typy historii w social mediach (teoria 30min, praktyka 1h dydaktyczna)

- Storytelling o produkcie: jak opowiedzieć o jego wartościach?
- Historie klientów i pracowników – wykorzystanie testimonial i case studies.
- Tworzenie mini-kampanii na podstawie jednego typu historii.

Storytelling w różnych formatach treści (teoria 30min, praktyka 1h dydaktyczna)

- Dostosowanie narracji do postów, reels, stories i live'ów.
- **Studium przypadku:** Analiza udanych kampanii storytellingowych na Instagramie i TikToku.
- **Ćwiczenie:** Jakie formaty najlepiej pasują do Twojej marki?

Podsumowanie dnia i pytania (praktyka 30 min)

- Przegląd najważniejszych wniosków.
- Ćwiczenie: Przygotowanie szkicu historii mark

Dzień 2: Zaawansowane techniki storytellingu w social mediach

Tworzenie wiralowych historii (teoria 1h dydaktyczna, praktyka 1h dydaktyczna)

- Techniki budowania napięcia, stosowanie humoru i emocji.
- Jak tworzyć historie, które są udostępniane przez odbiorców?
- Ćwiczenie: Tworzenie postu storytellingowego z wiralowym potencjałem.

Personalizacja storytellingu w social mediach (teoria 1h dydaktyczna, praktyka 1h dydaktyczna)

- Jak dopasować historię do różnych grup odbiorców?
- Analiza persony klienta w kontekście tworzenia treści.
- Warsztat: Dostosowanie narracji i tonu do różnych grup klientów (Facebook vs Instagram).

Wizualne elementy storytellingu (teoria 1h dydaktyczna, praktyka 1h dydaktyczna)

- Wykorzystanie zdjęć, grafik, wideo i reels w opowiadaniu historii.
- Narzędzia do tworzenia wizualnych treści storytellingowych (Canva, CapCut).
- Warsztat: Projektowanie grafiki i krótkiego wideo do kampanii storytellingowej.

Case studies i inspiracje (teoria 1h dydaktyczna, praktyka 1h dydaktyczna, 30min)

- Przegląd najciekawszych kampanii storytellingowych
- Co możesz przenieść do swojej strategii social media?
- Dyskusja: Co wyróżnia najlepsze historie?

Warsztat końcowy: Kompletny storytelling marki (praktyka 1h dydaktyczna)

- Tworzenie i prezentacja gotowej historii marki.
- Optymalizacja historii do formatu postów na wybrane platformy (Instagram, TikTok, LinkedIn).

Podsumowanie (15 min)

- Kluczowe wnioski

Walidacja (15min)

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne.

Usługa prowadzona jest w formie wykładu, zajęć praktycznych oraz dyskusji otwartej z uczestnikami szkolenia.

Dodatkowe warunki przystąpienia do szkolenia - podstawowa znajomość obsługi komputera.

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych (45 min). Przerwy zostały wliczone do godzin usługi rozwojowej.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Powitanie i wprowadzenie (chat, rozmowa, współdzielenie ekranu)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-10-2025	08:30	08:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 16 Co to jest storytelling w social mediach? (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-10-2025	08:45	10:15	01:30
3 z 16 Wartości marki jako fundament storytellingu (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-10-2025	10:15	11:45	01:30
4 z 16 Jak opowiedzieć historię, która angażuje? (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-10-2025	11:45	13:15	01:30
5 z 16 przerwa	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-10-2025	13:15	13:45	00:30
6 z 16 Typy historii w social mediach (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-10-2025	13:45	15:00	01:15
7 z 16 Storytelling w różnych formatach treści (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-10-2025	15:00	16:15	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 16 Podsumowanie dnia i pytania (chat, rozmowa, współdzielenie ekranu)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	22-10-2025	16:15	16:45	00:30
9 z 16 Tworzenie wiralowych historii (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	23-10-2025	08:30	10:00	01:30
10 z 16 Personalizacja storytellingu w social mediach (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	23-10-2025	10:00	11:30	01:30
11 z 16 Wizualne elementy storytellingu (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	23-10-2025	11:30	13:00	01:30
12 z 16 przerwa	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	23-10-2025	13:00	13:30	00:30
13 z 16 Case studies i inspiracje (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	23-10-2025	13:30	15:30	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 16 Warsztat końcowy: Kompletny storytelling marki (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	23-10-2025	15:30	16:15	00:45
15 z 16 Podsumowanie (chat, rozmowa, współdzielenie ekranu)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	23-10-2025	16:15	16:30	00:15
16 z 16 walidacja (test, współdzielenie ekranu)	-	23-10-2025	16:30	16:45	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	222,73 PLN
Koszt osobogodziny netto	222,73 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Urszula Stefanowicz-Peczyńska

Założycielka agencji marketingowej - Detalle. W swoim 7 letnim doświadczeniu na stanowiskach managerskich współpracowała z zespołami marketingowymi, szkoląc i rozwijając swoje umiejętności w praktyce. Swoje doświadczenie w marketingu przekłada na szereg działań współpracując z wieloma firmami tworząc dla nich strategie marketingowe, kampanie, projekty,

materiały foto i video. Jest specjalistką w tworzeniu komunikacji social media oraz influencer marketingu. Pracowała z wieloma markami lifestylowymi, wybierając kolekcje ubrań i sneakersów, które odmieniły rynek modowy i nadawały kierunek trendom. Jako brand manager stworzyła niezapomniane kampanie, sesje zdjęciowe, pokazy mody i współpracy z influencerami. Przeprowadziła kilkaset godzin doradztwa i szkoleń w zakresie budowania strategii marketingowej, tworzenia kampanii czy budowania marki.

Wykształcenie wyższe

Studia podyplomowe - Grafika i multimedia - WSB Gdańsk, październik 2020r. - czerwiec 2021 r.

Studia podyplomowe - Psychodietetyka - Uniwersytet SWPS w Warszawie październik 2016 r. – czerwiec 2017 r.

Studia licencjackie – Dietetyka - Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, październik 2013 r. – czerwiec 2015 r.



2 z 2

Beata Argalska

Posiada ponad 7 letnie doświadczenie w Marketingu. Swoją karierę zaczynała w lifestylowym magazynie, agencji reklamowej i grupie deweloperskiej. Jest specjalistką w dziedzinie komunikacji marketingowej, insightu konsumenckiego, budowania strategii Social Media i marketingu deweloperskiego.

Od 2019 roku świadczy usługi w zakresie doradztwa i szkoleń z budowania strategii marketingowej oraz tworzenia kampanii reklamowych.

Wykształcenie wyższe:

- Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu (mgr turystyki i rekreacji)

- Uniwersytet Gdański - Reklama i marketing medialny ukończone w 2019 roku

- Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku - Grafika i multimedia, studia podyplomowe ukończone w 2021 roku

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptów zostaną udostępnione dla uczestników podczas usługi oraz po jej realizacji.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem skorzystania z usługi jest bezpośredni zapis na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych oraz wypełnienie ankiety oceniającej usługę rozwojową.

Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

Warunki techniczne

Usługa prowadzona jest za pośrednictwem platformy Teams

W celu odbioru transmisji Szkolenia online Uczestnik powinien dysponować:

- komputerem z zainstalowanym system operacyjnym Windows 7 albo nowszym albo macOS Sierra (10.12.6) albo nowszym lub urządzeniem mobilnym z zainstalowanym systemem operacyjnym Android (Lollipop) wersja 5.0 albo nowszym lub iOS wersja 9.3.5, albo nowszym, wyposażonym w ekran i głośniki;
- dostęp do sieci Internet, w zależności od wybranej jakości transmisji, o przepustowości łącza co najmniej: 240p 500 kbps 360p 1 Mbps 720p 3 Mbps, 1080p 7 Mbps 2K 12 Mbps 4K 22 Mbps;
- aktualną wersją przeglądarki Firefox, Opera, Microsoft Edge, Chrome lub Safari;
- kamerką internetową i mikrofonem – jeżeli Uczestnik chce być widoczny i porozumiewać się głosowo z prowadzącym Szkolenie online;
- Adobe acrobat w najnowszej wersji.

Kontakt



Marta Skraba

E-mail marta@it-ec.pl

Telefon (+89) 451 055 967